

ПОД-СЕКЦИЯ 5. Языковедение и иностранные языки.

Хорошун О.О.

викладач Житомирського державного університету імені Івана Франка

ДИСКУРС ЗМІ У СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ РОЗВІДКАХ

Ключові слова: медіа лінгвістика, дискурс ЗМІ, медіатекст, інформативна функція, маніпулятивна функція

Key words: media linguistics, media discourse, media text, informative function, manipulative function

Міцно увійшовши у наше повсякденне життя засоби масової інформації (ЗМІ) є потужним засобом впливу на людський розум. Будучи динамічною за своєю суттю, мова ЗМІ миттєво реагує на всі зміни в суспільній свідомості, відображаючи стан останньої і впливаючи на її формування. Саме в мові ЗМІ відображаються нові тенденції у підходах до вивчення мови, які простежуються в сучасній лінгвістиці. Серед таких особливе місце займають функціональні аспекти використання мови, саме вони зіграли важливу роль у вивченні мови наприкінці ХХ початку ХХІ століть [1, 152].

Медіа лінгвістика новий напрям, що з'явився в лінгвістиці, і розробляється на межі цілого ряду наук, про мову ЗМІ, багато в чому пов'язаній з новими тенденціями в сучасній лінгвістиці в цілому і, здається, має безпосереднє відношення до когнітивних процесів, що відбуваються в мові. Сам термін "медіа лінгвістика" був запропонований у роботі Т. Г. Добросклонської і вдало відбиває усі ті тенденції, що відбуваються в різносторонніх дослідженнях і дозволяють окреслити коло проблем, пов'язаних з областю мови [2, 4].

Всі сучасні типології дискурсу так чи інакше виділяють дискурс ЗМІ як самостійний тип дискурсу. Це обумовлено соціальною значимістю тієї комунікативної сфери, яку репрезентує даний тип дискурсу. Спираючись на головні функції ЗМІ в суспільстві, які виокремлюють вітчизняні і зарубіжні

дослідники, можна виділити наступні функції ЗМІ: 1) інформативну, 2) соціалізуючу, 3) встановлення "порядку денного", 4) політичну, 5) впливу на свідомість, або формування громадської думки, 6) розважальну [6, 9].

На сьогодні не існує єдиного терміну на позначення даного поняття, так між собою конкурують: мас-медіальний дискурс [3], дискурс мас-медіа [5; 9] і масово-інформаційний дискурс [4; 8]. Дані визначення часто використовуються як синонімічні. У даній роботі береться за основу визначення М. Р. Желтухіної, яка визначає його як "зв'язний, вербальний або невербальний, усний чи письмовий текст у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними й іншими факторами, виражений ЗМІ, взятий в аспекті подій, що представляє собою дію, що бере участь в соціокультурній взаємодії і відбиває механізм свідомості комунікантів. Будучи польовою структурою, дискурс ЗМІ має центр, де розташовуються прототипні жанри, і периферію, яку складають маргінальні жанри, що відрізняються неоднорідною природою в силу свого розташування на стику різних типів дискурсу. Дискурс ЗМІ носить опосередкований характер, тобто між адресантом і адресатом є дистанція - просторова і / або часова" [3, 132].

Роль ЗМІ в сучасному суспільстві важко переоцінити. Вони мають потужний вплив на стан суспільної свідомості, оскільки більшість своїх уявлень про світ людина отримує з газет, журналів і теле- , радіопередач. Відмінними рисами ЗМІ є їх публічність, тобто необмежене коло споживачів; непряма, розділена у просторі і часі взаємодія комунікантів; односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта, неможливість зміни їх ролей. При цьому ЗМІ створені не тільки для передачі відомостей, інформації, а й "самі є активними учасниками суспільно-політичних й економічних процесів в суспільстві, що створюють ситуації, формують настрої і думки" [7, 13]. Вони реалізують соціальний контроль мас. Невід'ємною властивістю ЗМІ є їх здатність впливати на аудиторію,

здійснювати ідеологічний, політичний, економічний чи організаційний впливу на оцінки, думки і поведінку людей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова О.В. Когнитивная функция языка в свете функционального подхода к его изучению // Когнитивные аспекты языковой категоризации: Сборник научных трудов / О.В. Александрова– Рязань, 2000. – С. 151-153.
2. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиа лингвистики (на материале английского языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т.Г.Добросклонская; Моск. гос. ун-т. – М., 2000. – 49 с.
3. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиа дискурса: О проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: Монография. / М.Р. Желтухина – М.: ИЯ РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
4. Карасик В.И. О категориях дискурса Текст. / В.И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты / Сб. науч. тр. ВГПУ, СГУ. Волгоград, 1998. - С. 185-197.
5. Кочкин М. Ю. Политический скандал как лингвокультурный феномен : автореф. дис. канд. филол. наук / М. Ю. Кочкин. — Волгоград, 2003. – 25 с.
6. Кучерова О. О. Плани змісту та повідомлення британського газетного новинного дискурсу (початок ХХІ століття) : автореф. дис. ... ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 – “Журналістика” / О. О. Кучерова. – Л., 2005. – 20 с.
7. Никитина К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием [Электронный ресурс] <http://www.bali.ostu.ru/umc/archiv/2006/2/Nikitina.doc>
8. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса Текст. / А. В. Олянич. М. : Наука, 2007. - 407 с.
9. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. Москва; Волгоград, 2000. — 367 с.